

УДК 811.111'42

## ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ КОМІЧНОГО В ДИСКУРСІ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ ДИТИНИ

Г.Г. Гусєва (Харків)

Стаття присвячена дослідженню особливостей механізму реалізації стратегій комічного в дискурсі дитини. Надано визначення понять «стратегія» і «тактика». На основі аналізу англомовних гумористичних Інтернет сайтів для дітей розроблено власну класифікацію стратегій комічного у дискурсі дитини.

**Ключові слова:** комічний дискурс дитини, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, стратегії комічного.

**А.Г. Гусева. Особенности реализации стратегий комического в дискурсе языковой личности ребенка.** Статья посвящена исследованию особенностей механизма реализации стратегий комического в дискурсе ребенка. Даны определения понятий «стратегия» и «тактика». На основе анализа англоязычных юмористических Интернет сайтов для детей разработана собственная классификация стратегий комического в дискурсе ребенка.

**Ключевые слова:** комический дискурс ребенка, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, стратегии комического.

**A.G. Guseva. Realisation of the Humour Strategies in the Children's Discourse.** The article focuses on the research of the mechanism of humor strategies realization in the children's discourse. The concepts of «strategy» and «tactics» are defined. Based on the analysis of the sampling obtained from the English-speaking humorous Internet sites for children, the classification of humour strategies has been developed.

**Key words:** the child humorous discourse, communication strategy, communication tactics, humour strategies.

Вирішення актуальних проблем сучасної лінгвістики лежить у царині дослідження конкретних дискурсів, зокрема у з'ясуванні здатності мовних знаків впливати та регулювати міжособистісні стосунки не тільки серед представників певної лінгво-культурної спільноти, а і соціально-вікової групи. Таким чином, підхід до комічного аспекту комунікації дитини з позицій когнітивної та комунікативно-дискурсивної онтології дозволив визначити актуальність та мету цього лінгвістичного аналізу – дослідження форм і способів лінгвокультурної репрезентації категорії комічного в комічному дискурсі дитини (КДД) на основі опису особливостей його комунікативних реалізацій – стратегій та виокремити його об'єкт – комічний дискурс дитини. У дослідженні КДД розуміється як прагматичний різновид мисленнєво-комунікативної діяльності, а мовна особистість дитини (*homo infans*) – як комічна мовна особистість (*homo infans ridiculus*), суб'єкт КДД – активний творець комічної

реальності. Предметом дослідження є особливості реалізації стратегій комічного у дискурсі дитини на матеріалі англomовного дискурсу мовної особистості дитини.

Стратегія є центральним поняттям будь-якого прагма-орієнтованого дослідження [5, с. 193]; макроінтенцією учасників діалогу [4, с. 73]. “Зосередження уваги на стратегії дискурсу скеровує на вивчення організації та взаємодії когнітивного і вербального планів у вибудуванні соціальної інтеракції [10, с. 67]. Стратегія “формується відповідно до системи цінностей, переконань, соціальних норм і конвенцій, які формують диспозицію особистості мовця” [9, с. 73], що дає можливість конструювати в комунікативних практиках культурні і соціальні структури [там само, с. 36]. Узагальнюючи різноманітні підходи до визначення понять «стратегія» і «тактика» [О.С. Іссерс, А.А. Романова, Л.І. Шадаєва, І.Є. Фролова та ін.], визначаємо стратегію як планування мовленнєво-мисленнєвого процесу в залежності від конкретних умов спілкування і особистостей комунікантів, сукупність мовленнєвих дій, що співвідносяться з планом досягнення глобальної комунікативної мети і локальних комунікативних цілей, план комплексного мовленнєвого впливу на реципієнта, а тактику – як конкретні шляхи і способи досягнення поставлених комунікативно-прагматичних цілей, що сприяють реалізації стратегії [2; 4; 6; 9; 10; 12].

Дієвість механізмів реалізації стратегій комічного можлива за умов ідентифікації комунікативної ситуації як комічної в результаті порівняння конкретного образу з ідеалізованим типовим зразком. Домінантою комічної ситуації виступає така ознака релевантного цієї ситуації компонента, як актуалізація комічного смислу, яка здійснюється в результаті лінгво-когнітивної трансформації комічного.

Для реалізації стратегій КДД необхідна наявність у свідомості дитини уявлення про механізм утворення комічного, типовий образ комічної комунікативної ситуації та її параметрів. Останній “кореспондує з поняттям ментальної репрезентації” [11, с. 149], тому типова комічна ситуація розглядається в нашому дослідженні як модель механізму реалізації стратегій КДД.

Серед параметрів комічної ситуації виділяємо такі (див., наприклад [3, с. 304-305; 8, с. 18]): 1. *сторони (учасники)* комічної взаємодії (адресант, адресат) – суб’єкти КДД; 2. *умови реалізації комічних відносин* (бажання комунікантів відійти від серйозного спілкування, наявність гумористичної тональності комунікації та ін.); 3. *образи, моделі сміхової поведінки*, прийняті в певній лінгвокультурі; 4. *мотив/мета комічних дій* – потреби, інтереси комунікантів до здійснення комічної взаємодії; 5. *об’єкт комічного*; 6. *дії учасників*, реалізовані відповідними *стратегіями та тактиками*; 7. *результат* комічних дій.

Таким чином, визначаємо *комічну комунікативну ситуацію* КДД як таку, що зафіксована у свідомості англомовних комунікантів як зразок спілкування, в якому дитина/дорослий-адресант діє з мотиву емоційного впливу, соціального висунення або соціалізації, з метою регулювання міжособистісних стосунків з установкою на комічний ефект через ресурс на дитину/дорослого-адресата, використовуючи вербальні засоби. Ці засоби є/ не є потенційно комічними (спроможними викликати комічний ефект), вони репрезентують відповідну комунікативну стратегію, здатність якої до об'єктивації стратегічних комічних смислів встановлюється суб'єктом дискурсу в процесі актуалізації комічних смислів (актуалізація яких обов'язкова) в відповідності до рівня власної концептуалізації та її результату – комічної картини світу.

Використання стратегій комічного передбачає регулювання міжособистісних стосунків, може виступати потужним мотивуючим фактором та здійснювати суттєвий вплив на перебіг комунікації: від зняття напруги, створення жартівливої атмосфери спілкування (реалізація фатичної та розважальної функцій) до привнесення психологічної напруги, та навіть конфлікту (конфліктогенна функція).

У КДД найвищу ієрархічну позицію займає *адресант*, оскільки він здійснює мовну об'єктивізацію ментальної репрезентації категорії комічного, "визначає зміст повідомлення і його ілюкутивну силу" [1, с. 52], а разом із тим реалізує комічну дискурсивну стратегію. Домінуюча позиція адресанта полягає, головним чином, у концепції моральної переваги. Адресант подає себе як "носія відповідного статусу і виконавця комічної ролі, який формує правила комічної гри" [8, с. 22]. Його дії спрямовані на адресата, який "спочатку посідає позицію вичікування, підпорядкування адресанту [там само, с. 21]. Текст комічного комунікативного висловлювання адресанта "транслює емоції на адресата". *Адресат КДД* – це суб'єкт оцінки та емоції. Фактором, що визначає оцінне ставлення, є входження фрагмента світу, відбитого в комічній стратегії адресанта, в життєвий простір адресата. Результатом суб'єктивної інтерпретації оцінюваного фрагмента світу є емоція адресата [там само, с. 22]. Обов'язковою умовою відтворення комічних зв'язків є ефект обманутого очікування, тобто коли адресат не знає чим закінчиться жарт, має певні уявлення стосовно його завершення, які не виправдовуються. Натомість, виникають відношення інконгруентності (див., наприклад, [Самохіна 2010]) між очікуваним та отриманим, розв'язання котрих приносить адресату психологічне задоволення, яке експлікується сміховою реакцією.

*Мотив* комічної поведінки суб'єктів КДД можливо досліджувати з опорою на такі фактори: 1) орієнтація адресанта на власні потреби та інтереси або потреби та інтереси адресата; 2) ступінь оцінки цінності міжособистісних стосунків; 3) природня здібність людини

пізнавати навколишній світ та концептуалізовувати отриману інформацію про його реальність. Оскільки мотив виступає в основі реалізації стратегії [2, с. 61], кожна конкретна стратегія реалізується за наявності відповідного мотиву [11, с. 166], який актуалізується різними аспектами діяльності суб'єкта спілкування – духовним, психологічним, практичним, інтерперсональним. Під метою розуміємо усвідомлюваний образ бажаного результату [там само, с. 170]. Таким чином, *мету суб'єкта КДД* визначаємо як його уявлення про кінцевий результат комічної взаємодії, який є корисним з точки зору особистості або суспільної, групової значущості.

Урахування безпосереднього зв'язку мотиву та мети дозволяє встановити, що комунікант КДД, який діє з причини потреби розважитися/розважити, має на меті *регулювати міжособистісні стосунки або пізнавати навколишній світ*.

Існує кілька способів досягнення адресантом поставленої мети. Для визначення стратегії мовленнєвого впливу необхідно враховувати не тільки комунікативну мету, але й тип стратегій і тактик, які використовуються для її реалізації. Розглядаючи *стратегії і тактики КДД*, виділяємо такі: 1) стратегії емотивного впливу (СЕВ), коли метою суб'єкта КДД є потреба отримання психо-емоційного задоволення, розважитися та/або розважити; 2) стратегії інформативного впливу (СІВ), коли метою суб'єкта КДД є отримання та обмін інформацією про світ, його будову, можливості використання мови як інструмента і ресурса отримання інформації та гра з такими можливостями; та 3) стратегії соціального впливу (ССВ), коли метою суб'єкта КДД є соціальне висунення через залучення певних кооперативних або некооперативних тактик, привернення уваги в групі заради домінування у групі.

Розглянемо ці стратегії більш детально:

1. “Спонукаючи адресата розсміятися можливо шляхом відбору таких гумористичних текстів, які б привернули увагу адресата, а також створенням ситуацій, у яких сміх був би на першому місці” [8, с. 20]. Наприклад, хлопчик, якого запросили на відоме американське ток-шоу з участю дітей “Kids say the darndest things”, відповідаючи на нейтральні запитання ведучого Біла Косбі стосовно того, що йому подобається у телецентрі, демонструє відповідь, нетипічну для маленького, 7-річного хлопчика, а скоріше – дорослого чоловіка, чим створює у студії комічну ситуацію:

A1: *“Are you having a good time today?”*

A2: *“Oh, yes sir,” replied a seven year old joyfully. “This is lots of fun.”*

A1: *“What do you like about TV City: the cameras, the stages, the lights?”*

A2: *“I like the blonde at the front desk” [1].*

Комічне у відповіді хлопчика реалізується за рахунок ефекту обманутого очікування, коли хлопчик замість камер та іншого обладнання обирає блондинку в першому ряді.

Метою адресанта КДД може бути не тільки потреба розважити адресата через відтворення гумористичної тональності, але навпаки – бажання одної дитини розважитися через демонстрацію зухвалого ставлення, висміювання іншої дитини і, таким чином, підкреслити власну перевагу над нею. Наприклад, дитина-адресант заохочує іншу дитину-адресата до своєрідної гри, знаючи заздалегідь, що адресат “приречений” опинитися у комунікативній та психологічній пастці. Фактично, адресант “веде” адресата впродовж мовної гри, прирекаючи на ображення самого себе:

*A1: What were you eating under there?*

*A2: Huh? Under where?*

*A1: НАН-НААААН! You were eating underwear!! [1].*

Комічний ефект досягається грою слів, яка сполучає фонетичну подібність і семантичну відмінність та реалізується омонімією: 1) *under where* – під чим; 2) *underwear* – білизна. Ефект обманутого очікування відтворюється за рахунок семантичного переключення першого значення на друге.

Таким чином, комічні мовні засоби можуть бути потенційно конфліктогенними та реалізовувати діаметрально протилежну стратегічну функцію: виступаючи індикаторами не *інтимізації та гармонізації* спілкування, а його *дизгармонізації*, спроможними викликати конфронтацію у стосунках комунікантів.

Наприклад, хлопчик вже не вперше намагається розповісти своїй старшій за віком сестрі жарт, але кожен раз отримує комунікативну поразку, тому що сестрі жарт вже знайомий і не викликає у неї комічний ефект. Останнє створює відносини напруги між комунікантами:

*"How do you stop an elephant from charging?" His sister, looking bored, will snap, "Let me guess. You take away his credit cards." "That's right." he says, perplexed [2].*

Отже, стратегії формування емоційного настрою (позитивного – розвага або негативного – образа/розвага) адресата – *стратегії емоційного впливу* є першим блоком домінантних стратегій КДД.

2. Крім потреби емоційного регулювання відносин з адресатом, адресант КДД також може мати за мету *інформаційний вплив* та використовувати стратегії комічного як потужний мотивуючий та соціалізуючий інструмент при реалізації функцій соціалізації (навчальної, повчальної, освітньої, інформативної, соціальної, творчої).

Мотивом реалізації інформативної функції стратегії КДД у наведеному нижче прикладі є спроба концептуалізувати інформацію та досвід, отриманий про навколишній

світ, маленькою дівчинкою, яка допомагає своїй матері доглядати за людьми похилого віку:

*While working for an organization that delivers lunches to elderly shut-ins, I used to take my four-year-old daughter on my afternoon rounds. She was unfailingly intrigued by the various appliances of old age, particularly the canes, walkers and wheelchairs.*

*One day I found her staring at a pair of false teeth soaking in a glass. As I braced myself for the inevitable barrage of questions, she merely turned and whispered, "The tooth fairy will never believe this!" [1].*

Комічний ефект виникає за рахунок порушення норм на онтологічному рівні, коли уявлення дитячої картини світу, де зуби, що випадають, забирає зубна фея (герой дитячих книжок та фільмів), залишаючи за це гроші вступає у несподіваний конфлікт з реаліями дорослого світу, де зуби залишаються на ніч в склянці.

Таким чином, *стратегії інформаційного впливу*, серед яких стратегії соціалізації дитини-адресата, надання, отримання та обмін дитиною інформацією стосовно реалій навколишнього середовища та тієї лінгвокультури і соціально-вікової групи, представником якої вона/він є, виступають другим блоком домінантних стратегій КДД.

3. Третю групу стратегій, реалізованих у КДД, складають *стратегії соціального впливу*, коли метою адресанта є висунутися у суспільстві через підтримання неантагоністичних відносин та використання кооперативних тактик, або навпаки, маючи на меті соціальне домінування, використовувати некооперативні або агресивні тактики атакування: образу, висміювання через комічне порівняння, що, відповідно, потенційно викликати потребу у адресата використовувати захисні комічні тактики.

*Кооперативні комічні стратегії соціального впливу КДД* реалізуються з метою соціального підтримання. Наприклад, як в прикладі нижче, коли батько пояснює дитині мотиви своїх дій, а реакція дитини, яка часто подорожує з батьком та по-своєму "інтерпретує" всі його звички, відтворює ефект обманутого очікування у батька та реалізує комічний смисл.

*One day a guy was driving with his four-year-old daughter and beeped his car horn by mistake.*

*She turned and looked at him for an explanation. He said, "I did that by accident."*

*She replied, "I know that, Daddy."*

*He replied, "How'd you know?"*

*The girl said, "Because you didn't say 'JERK' afterwards!" [3].*

У наступному прикладі мати, намагаючись підтримати спроби свого маленького сина соціально висунутись серед інших старших за віком дітей, спонукає свого сина розповісти вдалий жарт спочатку їй, а потім на сімейній вечері всій сім'ї. Ефект комічного у жарті

хлопчика базується на порушенні норм онтологічного та логічного рівнів, коли людина намагається впіймати справжню мишу на намальований сир, в результаті чого також отримує малюнок:

"Tell me your joke about the man with the mousetrap and the cheese for bait."

*"Well." he said, perching himself on the stool, "he found out he didn't have any cheese for bait, so he cut a picture from a magazine of a piece of cheese. When he woke up the next morning, know what he found in his trap? A picture of a mouse."*

"Tell it at dinner," I urged.

*Under protest, the family sat rigid and listened to the story without interruption. By the time he got to his punch line he was hysterical. His eyes were shining with excitement, and I thought he was going to explode as he built for his big finish. 'And do you know what he found in his trap?' he asked. "A mouse!"*

No one said a word. I wonder whether Henny Youngman got started this way [2].

Але, хлопчик, рівень комічної компетенції якого не достатньо високий, не дуже добре розуміє сутність комічних зв'язків та механізм утворення комічного ефекту. Тому на сімейній вечері він отримує комунікативну поразку, змінивши частково пуант жарту.

Соціалізуючись, дитина поступово входить у суспільство, представником якого вона є, знайомиться з суспільними правилами та установками, формує своє ставлення до них та уявлення про свою роль в різних спільнотах та в суспільстві в цілому. Тому протягом процесу соціального становлення у дитини паралельно відбуваються два взаємопов'язані процеси: процес особистісного становлення і процес соціалізації. Особистісне, внутрішнє становлення здійснюється у боротьбі культурного, соціально-нормованого з інстинктивним. Поступово дитина формує уявлення про соціально-прийнятну поведінку, про соціальні табу та інше. Тому на подальшому етапі вона починає грати з цими нормами, активно залучаючи комічне до такої гри, як у наведеному прикладі, коли дитина використовує комічний віршик, щоб виправдати свою соціально некоректну поведінку:

'BURP! Pardon me for being so rude,

*it wasn't me, but just my food!*

*I didn't like it down below*

*It just popped up to say hello!' [4].*

Соціально-вікові групи формують норми для прийняття або заперечення. Опанувавши такі норми, дитина починає відчувати тиск відповідності до тієї вікової групи, до якої вона належить. Дорослі, вчителі, таким чином, поступово втрачають можливість суттєво впливати на поведінку дитини. Тому, в комунікативній взаємодії дитина орієнтується на групу в класі, а не

на вчителя. У такий період виникають ролі жартівника, сноба або героя та слугують інструментом отримання схвалення від представників своєї вікової групи. Необхідність в схваленні виступає потужним фактором відповідності [Salisch, 2001], як і природня потреба домінувати у групі. Останнє є ресурсом актуалізації стратегій соціального впливу, які реалізуються не тільки кооперативними, але й агресивними тактиками, експлікованими образами, вербальним та психологічним атакуванням, висміюванням іншої дитини.

Намагаючись висунутися у суспільстві і використовуючи агресивні комічні стратегії, дитина активно залучає дражнилки. У прикладі, наведеному нижче, дитина реалізує стратегії комічного, маючи на меті соціальне домінування через приниження іншої дитини, порівняння її з твариною (“you dirty kangaroo”), підкреслюючи абсурдність її поведінки (“sitting on a lamppost”) та приписуючи їй соціальний статус людини номер два, тобто соціального лузера. Комічний смисл все ж таки актуалізується, тому що задоволення отримує адресант:

*Red, white and blue, you dirty kangaroo,  
sitting on a lamppost, doing number two! [4].*

Таким чином, маючи на меті соціальне висунення та домінування, дитина активно залучає стратегії соціального впливу, реалізовані тактиками гетеросексуального антагонізму, який взагалі є характерною рисою комунікативної поведінки дітей віком 6-12 років, спричинений тиском конформізму (соціального підкорення, відповідності) тієї соціально-вікової та гендерної групи, до якої він належить.

Викладене приводить до висновку, що комплекс настанов для комічної поведінки суб'єктів КДД пов'язаний з пізнанням навколишнього середовища, оцінкою своїх власних інтересів та інтересів іншої людини і цінностей збереження стосунків, зумовлюють актуалізацію мотивів, реалізованих *стратегіями емоційного, інформаційного та соціального впливу*, метою яких є *регуляція міжособистісних стосунків та соціалізація дитини*, суб'єкта КДД. Релевантним для КДД є другий компонент, що, певним чином, маркує саме такий різновид дискурсу, оскільки тільки в дискурсі дитини *комічне виступає потужним інструментом світопізнання та соціалізації* у норми та правила певної соціальної групи та суспільства, подальше дослідження якого становить окрему дослідницьку п е р с п е к т и в у .

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ейгер Г.В. Принципы моделирования речевых актов / Г.В. Ейгер, И.С. Шевченко // Вісник Харківського державного університету імені В.Н. Каразіна. – 1998. – № 406. – С. 51–58.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Омск, 1999. – 284 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
4. Лазуткина Е.М. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы // Культура



русской речи : [учебн. для вузов] / Виноградов С.И., Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. – М.: “Норма ИНФРА М”, 1998. – С. 72–82. 5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / Макаров М.Л. – М.: «Гнозис», 2003(а). – 280 с. 6. Романов А.А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А.А. Романов. – Калинин: КГУ, 1988. – 115 с. 7. Самохина В.А. Современная англоязычная шутка : монография. – Х. : ХНУ им. В.Н. Каразина, 2008. – 356 с. 8. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США: текстуальний та дискурсивний аспекти : автореф. дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. – Київ, 2010. – 36 с. 9. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии / С.А. Сухих // Языковое общение и его единицы. – Калинин : Изд-во Калинин. гос. ун-та, – 1986. – С. 71–77. 10. Фролова І.Є. Особливості структурно-інтеракційного аспекту реалізацій стратегії конфронтаційності в англomовному дискурсі // Вісник Харків. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – № 837. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – Харків : Константа. – 2009(а). – С. 67-74. 11. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : монографія / І.Є. Фролова. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009(б). – 344 с. 12. Шадаева Л.И. Стратегии аргументации А. Линкольна / Л.И. Шадаева [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.buk.irk.ru/library/sbornik\\_06/shadaeva.doc](http://www.buk.irk.ru/library/sbornik_06/shadaeva.doc).

#### **ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kountrylife.com/content/hum143.htm>.
2. Bombeck E. Forever, Erma: Best-Loved Writing from America's Favorite Humorist, p. 14-15.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.funnykids.com/winning.html>.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.abc.net.au/splatt/rhymes/18.htm>.